

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang semakin canggih maka dunia usaha juga mengalami perkembangan yang luar biasa. Muncul perusahaan-perusahaan baru yang menciptakan produk ataupun jasa untuk memenuhi seluruh kebutuhan dan permintaan konsumen.

Pemintaan konsumen yang banyak adalah penyebab munculnya perusahaan baru dibidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis sendiri. Perusahaan yang awalnya memiliki pangsa pasar yang cukup luas, kini harus berbagi pangsa pasar dengan perusahaan-perusahaan baru yang memiliki inovasi sehingga diterima masyarakat. Perusahaan-perusahaan harus jeli dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

Tujuan perusahaan memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik yaitu mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan konsumen yang didapatkan. Pelayanan

ini akan menentukan tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Perusahaan penyedia barang dan jasa selalu berupaya agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mampu melakukan upaya-upaya untuk mengendalikan dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing dan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan pelayanan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Seperti yang diungkapkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1991) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya”.

Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian. Kualitas pelayanan merupakan

faktor penting, adapun variabel-variabel yang termasuk didalamnya antara lain adalah bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Tjiptono, 2007:33)

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pada purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama bahkan melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (Mardhalis, 2005:114).

Mengapa kita mengukur kepuasan pelanggan. Agar konsumen merasakan kinerja produk dan kepuasan pelayanan yang menyenangkan sehingga konsumen akan mengalami kepuasan dan rasa nyaman. Namun, jika kepuasan dan kinerja produk nyata jauh dibawah harapan konsumen terhadap kepuasan dan kinerja produk, maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Maka dari itu, perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dan meningkatkan kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen karena semakin tinggi nilai kualitas produknya dan jasa maka semakin besar pula kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Pabelan (Studi Empiris Pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Pabelan)”**.

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel aspek fisik (*physical aspect*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah variabel reliabilitas (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah variabel interaksi personal (*personal interaction*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah variabel pemecahan masalah (*problem solving*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah variabel kebijakan (*policy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh aspek fisik (*physical aspect*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis pengaruh reliabilitas (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
3. Menganalisis pengaruh interaksi personal (*personal interaction*) terhadap kepuasan konsumen.

4. Menganalisis pengaruh pemecahan masalah (problem solving) terhadap kepuasan konsumen.
5. Menganalisis pengaruh kebijakan (policy) terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Membantu memberikan penjelasan dan informasi bagi perusahaan untuk mengatasi tingkat pelayanan yang berhubungan aspek fisik (physical aspect), reliabilitas (reliability), interaksi personal (personal interaction), pemecahan masalah (problem solving) dan kebijakan (policy) dalam memenuhi tuntutan kepuasan konsumen.
2. Sebagai bahan dan informasi bagi mini market Alfamart di kecamatan pabelan untuk perbaikan kualitas layanan guna memenuhi kepuasan konsumen, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Sisitematika Pembahasan

Secara garis besar, penelitian ini akan dituangkan dalam lima bab pembahasan, adapun sistematika pembahasan yaitu:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan berbagai hal, diantaranya variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data.

4. BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Sejarah aingkat, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan.

5. BAB V : PENUTUP

Simpulan, keterbatasan penelitian, saran-saran baik untuk perusahaan ataupun peneliti berikutnya, daftar pustaka, dan lampiran.